

Стратегическое управление организациями: теория и практика инновационного развития : сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 502 с.

Конференцию «Стратегическое управление организациями» ежегодно проводит кафедра «Стратегический менеджмент» СПбГПУ. В сборнике научных трудов 2012 года представлены материалы, в которых рассматриваются актуальные проблемы стратегического управления и инновационного развития предприятий, отраслей и регионов нашей страны, а также взаимосвязь стратегического управления с другими вопросами управления предприятиями.

Работы, включенные в сборник, сгруппированы по следующим тематическим направлениям: теории и модели стратегического управления; технологии, инструменты и механизмы стратегического развития предприятий; возможности инновационного развития средних и малых предприятий; кластеры: мода или неизбежность; стратегическое управление персоналом; специальные вопросы управления предприятиями.

Научные труды представляют интерес для преподавателей высших учебных заведений, научных сотрудников, специалистов предприятий, аспирантов и студентов вузов.

Материалы печатаются в авторской редакции.

Ответственный за выпуск – канд. экон. наук *А.Н. Бурмистров*.

© Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет, 2012

СЕКЦИЯ 1

ТЕОРИИ И МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Т.Н. Аксенова

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПЦИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

*Санкт-Петербургский Государственный Политехнический Университет,
кафедра «Стратегический менеджмент»*

Традиционно, целью маркетинга как теории управления бизнесом было получение прибыли путем максимального удовлетворения потребителя. Данный подход в маркетинге строился вокруг анализа потребностей самой компании и конкурентов с целью понимания потребностей первых, определения возможностей вторых, сильных и слабых сторон третьих. На основании этого осуществлялась сегментация рынка, определялись целевые сегменты, формулировались цели маркетинговой стратегии компании, и производилось ее позиционирование. В рамках этого подхода формировалась ценность предложения компании относительно ценности товаров-конкурентов для выделенных целевых групп потребителей. В свою очередь разрабатывался комплекс маркетинга (4P – товар, цена, каналы распределения и программы продвижения), определявший способы воздействия на целевого потребителя. Такой подход представлялся логичным и практичным. Стратегические решения оценивались такими целевыми показателями как объемы продаж, доля рынка и удовлетворенность покупателей. В некоторых случаях удовлетворенность клиента ставилась даже выше текущей прибыли компании, поскольку это обеспечивало формирование лояльности покупателей, а значит – в долгосрочной перспективе – стабильность потребления (повторных покупок) и постоянство денежного потока. Однако в настоящее время формируется новая концепция – концепция клиентоориентированного маркетинга.

Клиентоориентированность предполагает радикальное изменение в понимании самой роли и механизма маркетинга в управлении бизнесом, а именно: во-первых, изменение самого понимания ценности клиента (потребителя) для компании, во-вторых, изменение понимания ценности самого маркетинга для бизнеса.

В этой связи целью данной статьи является определение отличительных признаков клиентоориентированного маркетинга, требующих новых методов и подходов к маркетинговой деятельности в компании и оценки их эффективности.

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Владивосток, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Стратегическое управление является базовой основой при планировании развития организации в долгосрочном периоде. Особую роль в усилении значимости стратегического управления играют постоянные изменения внутренней и внешней среды, изменения поведения конкурентов.

Методология аспектов стратегического управления рассматривалась многими зарубежными и российскими авторами [9, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 12, 10, 13, 11, 14]. Необходимо отметить, что в основе системы стратегического управления заложены общие принципы системы управления.

Теория и практика управления являются дискуссионными вопросами, не смотря на то, что базируются на достаточно разработанных методологических аспектах. Что связано со сложностью и многоаспектностью данного процесса. Методология системы управления была определена лишь в XX веке, не смотря на то, что практика менеджмента и его методический аппарат формировались на протяжении многих веков. Анализ различных трактовок и определений сущности управления позволяет выделить три подхода к раскрытию его содержания: структурный (синтаксический), содержательный (семантический) и функциональный (прагматический) [7].

Проведенные нами исследования теории стратегического управления позволили прийти к выводу, что стратегическое планирование является частью стратегического управления.

Основным аргументом, позволяющим оперировать данным утверждением, является определение структуры процесса стратегического планирования. Процесс стратегического планирования включает в себя следующие элементы:

1. Видение.
2. Предположение.
3. Императив принятия управленческих решений.
4. Индикаторы.
5. Увязка целей с ресурсами.
6. Программа.
7. Директива.

Все эти элементы являются элементами стратегии [8]. В связи с тем, что стратегия является неотъемлемым элементом стратегического управления. Следовательно, и стратегическое планирование, аналогично, функционирует в рамках данного процесса.

Для более содержательного раскрытия сущности стратегического управления нами были определены его принципы (таблица 1).

Таблица 1. Принципы стратегического управления

№ п/п	Принцип	Содержание
1	Долгосрочность	Обеспечивает успешное развитие организации в будущем.
2	Реализуемость	При постановке стратегических целей развития организации, необходимо учитывать ее внешние и внутренние ресурсы, для оценки возможности их реализации.
3	Гибкость	Учет возможных изменений процесса реализации стратегического управления, в связи с изменением внешних и внутренних факторов.
4	Организованность	Процесс стратегического управления должен быть четко прописан, регламентирован и реализовываться.
5	Экономическая целесообразность	Как и для многих экономических процессов, осуществляющихся в организации, доход от реализации стратегического управления должен превышать расходы на его осуществление.
6	Комплексность	Процесс реализации стратегического управления должен осуществляться для всей организации, а не для отдельных подразделений. При этом все подразделения организации должны быть ориентированы на единую цель.
7	Контролируемость	Процесс реализации стратегического управления должен быть полностью контролируемым, т.е. должны быть определены контрольные показатели, а также ответственные исполнители.

Объектами стратегического управления могут быть коммерческая организация, бюджетная организация, страна, регион, город. В проводимом нами исследовании, в качестве объекта управления мы рассматривали кредитные организации, а именно банки.

Субъектом стратегического управления, по мнению А.Л. Гапоненко и А.П. Панкрухина [2] является руководство организации, но это не единственный субъект стратегического управления. Основой успешности реализации стратегического управления является участие целой системы субъектов управления, которая охватывает многих участников, и, прежде всего, членов, самой организации.

Орехова Р.А. НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ РОССИИ	86
Павельев В.П., Сивов А.В. АНАЛИЗ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ В ЦЕЛЯХ ФОРМИ- РОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ УПРАВ- ЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	88
Пашкина Н.Л., Пашкин В.Я. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ АНАЛИЗА ПРИ РАЗ- РАБОТКЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	93
Петухова С.В. ГЕНЕЗИС СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ: РАЗВИТИЕ ТЕО- РИЙ И СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА	100
Пожидаев Р.Г. СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖФИРМЕННЫМИ СЕТЯМИ	108
Поздняков О.В., Позднякова О.Б. МЕТОДЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВА- НИЯХ	110
Прасолова В.С. ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ТЕОРИИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕ- НИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ	112
Смирнов А.Н. ПРЕДПОСЫЛКИ МОДЕРНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ, ОСНОВАННЫХ НА СТРАТЕГИИ ЖИЗНЕСПОСОБНОСТИ	116
Тульчинская Я.И. ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭЛЕКТРО- ЭНЕРГЕТИКИ РОССИИ В ПРОЦЕССЕ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ЕЕ РАЗВИТИЯ	118
Тульчинская Я.И. ОБЩИЙ ПОДХОД К ВЫБОРУ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ОБОРУДОВА- НИЯ ПО КРИТЕРИЮ МИНИМАЛЬНОЙ СТОИМОСТИ СОВОКУПНО- ГО ВЛАДЕНИЯ	120
Федюнин А.В. ОЦЕНКА ИТОГОВ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕ- СКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ	122

Чуркин В.И. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ АГРЕГАЦИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В ЭКСПЕРТНО- СТАТИСТИЧЕСКОМ ИЕРАРХИЧЕСКОМ МЕТОДЕ УПОРЯДОЧЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВ	123
---	-----

Чуркин В.И. ПОРЯДКОВАЯ АГРЕГАЦИЯ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В ЭКСПЕРТНО- СТАТИСТИЧЕСКОМ ИЕРАРХИЧЕСКОМ МЕТОДЕ УПОРЯДОЧЕНИЯ АЛЬТЕРНАТИВ	130
---	-----

СЕКЦИЯ 2 ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМЫ СТРАТЕГИ- ЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Антипов Д.Н. ТЕХНОЛОГИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬ- НЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ	139
---	-----

Белослудцева Г.Б. АУТСОРСИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	141
---	-----

Боброва О.С. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЯПОНСКИХ КОРПОРАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ SONY И PANASONIC)	143
--	-----

Бурмистров А.Н., Синявина М.П. КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ СХЕМА РАСШИРЕННОЙ СБАЛАНСИРОВАН- НОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ...	145
--	-----

Востоков Е.В. МОДЕЛИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В САНКТ- ПЕТЕРБУРГЕ	154
--	-----

Гамова Е.Е. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ	158
---	-----

Гессе И.И. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПО МЕТОДИКЕ ОБЩЕСТВА АКТУАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ СТРАХОВАНИЯ (США): АДАПТА- ЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ В СИСТЕМЕ РИСК- МЕНЕДЖМЕНТА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	160
---	-----

Гринева А.А. АНАЛИЗ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ ПРИ ПОКУПКЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	167
--	-----